KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB II

GAMBARAN USAHA

A. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

1. Visi

Visi adalah serangkaian kata yang menunjukkan impian, cita-cita atau nilai inti dari tujuan masa depan sebuah instansi, organisasi, atau perusahaan. Menurut David (2015:29), visi adalah pernyataan yang harus mampu menjawab pertanyaan dasar seperti "Perusahaan akan menjadi apa?". Dengan kata lain, visi menggambarkan tujuan perusahaan dimana tujuan itu haruslah spesifik, dapat diukur, dapat diraih, realistis, dan dapat dicapai dalam kurun waktu tertentu.

Dengan adanya visi yang jelas, sebuah perusahaan atau instansi akan mendapatkan berbagai macam manfaat, antara lain:

a. Sebagai media untuk menyatukan tujuan, arah, serta sasaran perusahaan baik berdasarkan keadaan perusahaan di masa sekarang dan masa depan.

b. Sebagai landasan perusahaan guna memanfaatkan dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki perusahaan beserta proses pengendaliannya.

c. Untuk membentuk serta membangun budaya perusahaan.

Berdasarkan teori di atas, maka *Kiyonae Pocket Perfume* memiliki visi, "Menjadikan *Kiyonae Pocket Perfume* sebagai merek parfum pilihan utama bagi konsumen dalam meningkatkan kepercayaan diri." Visi ini sengaja dibuat dengan berorientasi pada konsumen. Penulis ingin menanamkan pesan kepada

konsumen bahwa setiap wanita diciptakan sangat berharga, dan sangat penting untuk terus meningkatkan rasa percaya diri melalui penampilan yang sempurna.

2. Misi

Menurut David (2015:29), pernyataan misi adalah deklarasi organisasi dalam hal "alasan keberadaan", yang membedakan satu organisasi dengan perusahaan lain yang sejenis. Hal tersebut menjawab pertanyaan "Apakah bisnis kita?". Pernyataan misi mengungkapkan ingin menjadi seperti apa organisasi dan membantu menetapkan tujuan dan menyusun strategi secara efektif. Misi perusahaan memiliki beberapa manfaat bagi sebuah instansi, antara lain:

a. Memastikan dengan benar tujuan dasar organisasi.

b. Memberikan standar untuk mengalokasikan sumber daya di organisasi.

c. Memberikan tujuan dasar organisasi dan kemungkinan untuk menerjemahkan tujuan dasar menjadi tujuan dalam bentuk sedemikian rupa hingga parameter waktu, biaya, dan kinerja dapat dievaluasi dan dikontrol.

d. Menjadi titik utama bagi individu dalam mengidentifikasi tujuan dan arah organisasi.

Misi dari *Kiyonae Pocket Perfume* adalah sebagai berikut:

a. Memenuhi kebutuhan konsumen dengan menciptakan, memproduksi, dan memasarkan produk dengan kualitas terbaik.

b. Memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh pelanggan.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hakcipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

c. Melakukan inovasi berdasarkan perubahan preferensi dan selera konsumen.

d. Menumbuhkan rasa cinta masyarakat Indonesia terhadap produk lokal di bidang kecantikan.

e. Menjaga loyalitas dan membangun hubungan baik dengan para pelanggan dan *stakeholder*.

Tujuan Perusahaan

Pada umumnya, tujuan perusahaan hanyalah dua, yaitu *growth* dan *survive*. Oleh karena itu, tujuan memiliki peran yang sangat penting karena dapat menyimpulkan strategi, mengatur arah perusahaan, dan dapat menjadi alat ukur keberhasilan atau kegagalan kinerja sesuai sasaran yang diharapkan dan direncanakan. Menurut David (2015:11), tujuan atau *objective* dapat didefinisikan sebagai hasil spesifik yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan terkait dengan misi yang diemban oleh sebuah organisasi.

Tujuan terdiri dari dua jenis, yaitu tujuan jangka pendek (*short-term objectives*) dan jangka panjang (*long-term objectives*). Tujuan jangka pendek setidaknya untuk jangka waktu 1-3 tahun, sedangkan jangka panjang memiliki periode 5 tahun ke atas.

Tujuan jangka pendek dari *Kiyonae Pocket Perfume* adalah sebagai berikut:

a. Membangun *brand relationship* dengan konsumen lokal guna membentuk loyalitas.

b. Membangun *brand awareness* dari masyarakat lokal terhadap merek.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

c. Mencapai omset penjualan hingga 30% dengan terus melakukan inovasi produk dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

Sedangkan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh *Kiyonae Pocket Perfume* adalah memperluas pangsa pasar dengan memperluas saluran distribusi bisnis secara berkesinambungan dengan menempatkan produk ke *drug store*, seperti Guardian dan Watsons.

B. Logo Usaha

Logo menunjukkan sebuah identitas dari sebuah perusahaan, dengan kata lain logo mencerminkan brand dan profil perusahaan. Logo sangat penting bagi perusahaan, karena logo mampu mempermudah proses *positioning* kepada konsumen. Oleh karena itu logo harus dibuat sebagus mungkin dan berbeda dari yang lain agar mudah diingat oleh konsumen.

Berikut adalah pertimbangan-pertimbangan yang harus diperhatikan dalam membuat logo yang baik harus mencakup beberapa hal sebagai berikut:

1. Original dan *distinctive*, atau memiliki ciri yang khas, unik, memiliki daya pembeda yang jelas dengan orang lain.
2. *Legible*, atau memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi ketika diaplikasikan ke dalam berbagai ukuran dan media promosi yang berbeda-beda.
3. *Simple* atau sederhana, artinya mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relatif singkat.
4. *Memorable*, atau mudah diingat karena keunikannya dalam waktu yang relative lama.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

5. *Easy associated with the company*, dimana logo yang baik mudah untuk dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.

6. *Easily adaptable for all graphic media*, di sini faktor kemudahan mengamplikasikan (memasang) logo baik yang menyangkut bentuk fisik, warna maupun berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada saat proses pencanangan. Hal itu untuk menghindari kesulitan-kesulitan dalam penerapannya.

Logo usaha *Kiyonae Pocket Perfume* dapat dilihat pada **Gambar 2.1**

Gambar 2.1

Logo *Kiyonae Pocket Perfume*

Gambar di atas merupakan logo dari *Kiyonae Pocket Perfume*, dimana dalam logo tersebut memiliki gambar menyerupai bunga mawar yang berarti harum. Logo tersebut diberi warna merah muda, yang mewakili wanita.

C. Gambaran Sekilas Produk

Kiyonae Pocket Perfume merupakan produk parfum yang berguna menambah kepercayaan diri bagi penggunanya karena memiliki aroma yang menyegarkan. Produk ini sebenarnya tidak dibatasi untuk wanita saja, melainkan diperbolehkan untuk para pria yang memang menyukai aroma parfumnya. Dengan memiliki ukuran

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

yang kecil, parfum dari *Kiyonae* sangat cocok untuk dibawa kemana-mana. Produk ini memang ditargetkan untuk para remaja yang memiliki banyak aktivitas dengan tingkat mobilitas yang tinggi dan para remaja yang sering melakukan *travelling*.

Harga parfum yang ditawarkan sangat terjangkau karena *Kiyonae Pocket Perfume* akan di-*branding* sebagus mungkin sehingga meningkatkan *product value* kepada konsumen dan membangun persepsi yang baik dari konsumen terhadap *brand*.

Berikut adalah keunggulan *Kiyonae Pocket Perfume* dibandingkan dengan produk lainnya yang beredar di pasaran adalah sebagai berikut:

1. *Kiyonae Pocket Perfume* menggunakan bahan alami yang berkualitas dan tidak diujikan kepada hewan sehingga aman digunakan.
2. *Kiyonae Pocket Perfume* memiliki *packaging* yang bagus sehingga mampu menambah nilai jual dari produk.
3. *Kiyonae Pocket Perfume* memiliki aroma yang tahan lama.
4. *Kiyonae Pocket Perfume* menawarkan pengiriman produk yang cepat dan aman.

D. Jenis dan Ukuran Usaha

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM), uraian usaha dapat dibagi sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif untuk orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan dan atau badan usaha yang bukan merupakan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang.

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dan bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria UMKM dapat dilihat pada **tabel 2.2** berikut ini:

Tabel 2.1

Kriteria UMKM di Indonesia

No	Uraian	Kriteria	
		Aset	Omset/Tahun
1	Usaha Mikro	Maks 50.000.000	Maks 300.000.000
2	Usaha Kecil	> 50 juta – 1 Miliar	> 300 juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>1 Miliar – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

Sumber: Leonardus Saiman (2015:9)

Berdasarkan *International Standard Industrial Classification* (ISIC) yang telah disesuaikan dengan kondisi di Indonesia dengan nama Klasifikasi Lapangan Usaha Industri atau KLUI (BPS,2016), penggolongan skala perusahaan dibagi dalam empat golongan, yaitu:

Besar, dengan jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih;

Sedang, dengan jumlah tenaga kerja 20 – 99 orang;

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3. Kecil, dengan jumlah tenaga kerja 5 – 19 orang;

4. Rumah tangga, dengan jumlah tenaga kerja 1 – 4 orang.

Keuntungan yang diperoleh apabila memilih perusahaan perseorangan adalah sebagai berikut:

1. Pendirian perusahaan perseorangan sangat mudah dan tidak terlalu terbelit-belit;

2. Perusahaan perseorangan cocok untuk usaha yang relative kecil atau mereka yang memiliki modal dan bidang usaha yang terbatas;

3. Tidak terlalu memerlukan akta formal (akta notaris), sehingga pemilik tidak perlu mengeluarkan biaya yang berlebihan;

4. Memiliki keleluasaan dalam hal mengambil keputusan, baik menentukan arah perusahaan atau hal-hal yang berkaitan dengan keuangan perusahaan;

5. Dalam hal peraturan, tidak terlalu banyak peraturan pemerintah yang mengatur perusahaan jenis ini, sehingga pemilik bebas melakukan aktivitasnya;

6. Pemilik tidak perlu membayar pajak badan, namun tetap harus bayar pajak perorangan;

7. Semua keuntungan menjadi milik pemilik dan dapat digunakan secara bebas oleh pemilik.

Namun, perusahaan perorangan juga memiliki kekurangannya yang antara lain adalah sebagai berikut:

1. Lebih sulit untuk memperoleh tambahan modal atau investasi terutama dalam jumlah yang besar;

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2. Perusahaan perorangan relative sulit untuk mengikuti tender, karena kesulitan untuk memenuhi persyaratan kelengkapan dokumen dan jumlah dana yang tersedia;

3. Pemilik perusahaan perseorangan bertanggungjawab terhadap utang dan risiko perusahaan secara penuh;

4. Biasanya kelangsungan hidup atau umur perusahaan relatif lebih singkat, hal tersebut dikarenakan sulitnya mencari pengganti pemilik perusahaan apabila pemilik meninggal dunia dan tidak ada penggantinya yang pada akhirnya menyebabkan kelangsungan hidup perusahaan berakhir;

5. Perusahaan sulit berkembang, karena disebabkan kesulitan dalam mengelola usaha yang hanya berpusat pada satu orang, sehingga jika ingin memperbesar perusahaan harus mengubah badan usahanya terlebih dahulu;

6. Administrasi kurang terkelola dengan baik.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka *Kiyonae Pocket Perfume* termasuk ke dalam usaha Mikro dengan total aset sebesar Rp 62.967.630,00. Selain itu, jumlah tenaga kerja *Kiyonae Pocket Perfume* berjumlah 2 orang. Kepemilikan *Kiyonae Pocket Perfume* masih berbentuk perseorangan, karena sumber dana yang berasal dari modal sendiri dan dipimpin oleh satu orang pemilik, sehingga segala risiko ditanggung oleh pemilik.

E. Latar Belakang Pemilik, Alamat Perusahaan, dan Data Pendiri Perusahaan

1. Latar Belakang Pemilik

Jesslyn Larissa yang akrab disapa Jesslyn merupakan penulis sekaligus calon pendiri dari usaha produk *Kiyonae Pocket Perfume*. Jesslyn Larissa lahir

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

di Lubuklinggau namun sekarang berdomisili di Jakarta karena penulis sedang melanjutkan pendidikan jenjang Strata Satu di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie selama 3,5 tahun.

Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Ayah penulis bernama Joni yang bekerja sebagai karyawan di salah satu Bank swasta, sedangkan ibu penulis merupakan seorang ibu rumah tangga. Ibu penulis sering mengisi waktu luangnya dengan melakukan bisnis kuliner dan juga bisnis MLM. Perlu diketahui bahwa dari sejak TK, penulis sudah mencoba berjualan. Contoh produk yang dulu dijual adalah permen karet dan balon "Superman". Dan saat penulis duduk di SMP dan hingga *business plan* ini dibuat, penulis sudah merintis *online business* yang menjual pakaian bernama "Cloudy Pebbles". Penulis sangat tertarik untuk mendirikan sebuah usaha sendiri yang lebih serius sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi banyak orang.

Alamat Perusahaan

Pemilihan lokasi merupakan faktor penting dalam keberlangsungan kegiatan bisnis. Lokasi usaha yang strategis memberikan kemudahan dalam kegiatan penyaluran produk. Selain itu, penentuan lokasi usaha juga merupakan faktor yang sangat penting dalam membangun suatu usaha. Pemilihan lokasi yang tepat akan mempengaruhi keberlangsungan suatu usaha di masa depan. Menurut Saiman (2015: 241) terdapat enam faktor kunci dalam memilih lokasi usaha yang ideal, antara lain:

1. Tersedianya sumber daya

   Tersedianya berbagai sumber daya, terutama bahan mentah sebagai bahan baku produksi, tenaga kerja, dan sarana transportasi akan membantu

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

pengusaha dalam banyak hal. Paling tidak, sumber daya tersebut dapat menghemat biaya, sehingga produk dapat dibuat dengan biaya rendah yang pada akhirnya akan mampu bersaing dengan produk para pesaing terdekatnya.

2. Pilihan pribadi wirausahawan

Pertimbangan pilihan dalam menentukan tempat usaha disesuaikan dengan keinginan kuat wirausahawan itu sendiri.

3. Pertimbangan gaya hidup keluarga; lebih banyak hidup untuk keluarga

Wirausahawan memilih gaya hidup dengan fokus untuk semata-mata lebih mementingkan keharmonisan rumah tangga atau keluarga daripada kepentingan bisnis. Keluarga menjadi pertimbangan utama dalam menentukan tempat usaha.

4. Kemudahan dalam mencapai konsumen

Seorang pengusaha dalam menentukan tempat usahanya berorientasi pada pasar (pusat konsentrasi para konsumen berada). Pasar atau tempat penjualan menjadi prioritas dalam mempertimbangkan sukses bisnisnya.

5. Kondisi lingkungan bisnis

Seorang pengusaha memilih lokasi dengan lingkungan bisnis bertumbuh dan berkembang dan juga sebagai tempat atau sentra (pusat) bisnis.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

6. Tersedianya tempat dan biaya

Untuk menentukan usahanya, seorang pengusaha telah menyediakan tempat tinggal, demikian juga biayanya, sehingga ia dapat memilih jenis usaha yang akan dijalankan dengan memiliki tempat dan biaya tersebut.

Penulis memilih letak usaha di Jalan Jaksa nomor 21-23 Menteng Jakarta Pusat dikarenakan beberapa alasan, yaitu:

1. Jalan Jaksa berada di pusat kota, sehingga memudahkan distribusi barang kepada konsumen maupun dari pemasok.

2. Lokasi tersebut merupakan hak milik orang tua dari penulis, sehingga tidak perlu membayar biaya sewa.

Dengan lokasi usaha di tempat pribadi penulis, maka penulis dapat menghemat biaya sewa sehingga dapat menekan biaya produksi dan harga yang dapat ditawarkan ke konsumen juga menjadi lebih terjangkau. Area Menteng berada di tengah pusat kota Jakarta, sehingga distribusinya pun menjadi lebih mudah. Contohnya apabila ada konsumen dari *Kiyonae Pocket Perfume* yang ingin menggunakan jasa pengiriman transportasi *online* seperti Go-Send atau Grab-Delivery.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Data Pendiri Perusahaan

Berikut adalah data pribadi pemilik usaha *Kiyonae Pocket Perfume*:

1. Nama : Jesslyn Larissa
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat / Tanggal Lahir : Lubuklinggau / 2 April 1996
4. Alamat Rumah : Jalan Jaksa nomor 21-23 Menteng Jakarta Pusat
5. Jabatan : Pemilik
6. No HP : 0812-8745-3306
7. Email : jesslynjhon@yahoo.com
8. Pendidikan Terakhir : Sekolah Menengah Atas

F. Daftar Peralatan Operasional dan Peralatan Kantor yang Dibutuhkan

Peralatan adalah suatu alat ataupun bisa berbentuk tempat yang gunanya adalah untuk mendukung berjalannya pekerjaan. Peralatan pada umumnya lebih tahan lama. Ciri-ciri peralatan adalah:

a. Terdapatnya biaya penyusutannya.

b. Bisa dijual kembali dan akan terdapat *gain* atau *loss* pada saat menjualnya.

c. Masa manfaat atau masa pemakaian lebih dari 1 tahun.

d. Tujuan utamanya adalah sebagai pendukung jalannya usaha (jika tidak ada peralatan maka bisnis tidak jalan)

e. Dicatat sebagai *Fixed Asset* (aktiva tetap) atau *Capital Asset*.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

Tabel 2.2

Daftar Peralatan

Kiyonae Pocket Perfume

No	Nama Barang	Harga	Jumlah Unit	Total
1	Macbook Air 2017 MQG32 13"	11.999.000	1	11.999.000
2	Iphone 7 128GB Black	8.500.000	1	8.500.000
3	Meja Komputer	485.000	1	485.000
4	Kursi Kantor	230.000	4	920.000
5	AC Split Gree GWC 05MOO2 1/2PK	2.599.000	1	2.599.000
6	Router Wifi TL-WR840N TP-LINK	180.000	1	180.000
7	Dispenser Modena DD65L	1.999.000	1	1.999.000
8	Printer Epson L360	1.970.000	1	1.970.000
9	Galon	50.000	2	100.000
10	Papan Tulis Sakana	142.000	1	142.000
	Total			28.894.000

Sumber: *tokopedia*

G. Daftar Perlengkapan Operasional dan Perlengkapan Kantor yang Dibutuhkan

Perlengkapan merupakan benda yang dimiliki perusahaan untuk melengkapi suatu pekerjaan atau kegiatan bisnis. Perlengkapan sifatnya lebih mudah habis, dengan kata lain manfaatnya lebih pendek jika dibandingkan dengan peralatan. Perlengkapan memiliki ciri-ciri sebagai berikut.

a. Tidak adanya biaya penyusutan karena termasuk barang yang habis pakai.

b. Biasanya tidak bisa dijual kembali.

c. Lebih murah dan relative lebih kecil.

d. Tujuan utamanya hanya sebagai pelengkap bukan sebagai pendukung usaha.

e. Masa manfaatnya atau masa pemakaiannya kurang dari 1 tahun.

f. Dicatat sebagai *Current Asset* (aktiva lancar).

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 2.3

Daftar Perlengkapan

***Kiyonae Pocket Perfume* Tahun 2018 (Bulan Juli – Desember)**

No	Nama Barang	Harga	Jumlah Unit	Total
1	Tinta Hitam Epson L360 70ml	68.000	1	68.000
2	Lakban	10.000	6	60.000
3	Kertas Kopi 90x120cm	1.800	600	1.080.000
4	Pulpen Standard AE7 (12pcs)	14.900	1	14.900
5	*Bubble wrap* 50mx125cm	95.000	3	285.000
6	Kertas HVS A4 70g Paper One	38.000	3	114.000
7	Isi Staples Joyko No.10-1M	1.500	6	9.000
8	Sabun cuci tangan *Lifebuoy*	30.600	3	91.800
9	Wipol *classic pine* 800ml	11.500	6	69.000
10	Stella *matic refill* 225ml	27.000	6	162.000
11	Tissue *Nice* 1000gr	23.000	6	138.000
12	Gunting Besar Kenko SC-848	9.000	2	18.000
13	Stapler Kenko HD-10D	9.800	2	19.600
14	Sapu Ijuk *Dragon*	20.000	1	20.000
15	Alat Pel (*Super Mop BOLDIE Deluxe*)	187.900	1	187.900
16	Isi ulang air galon	15.000	24	360.000
Total				2,149,300

Sumber: *tokopedia*

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 2.4

Daftar Perlengkapan

Kiyonae Pocket Perfume

No	Nama Barang	Harga	Jumlah Unit	Total
1	Tinta Hitam Epson L360 70ml	68.000	2	136.000
2	Lakban	10.000	12	120.000
3	Kertas Kopi 90x120cm	1.800	1200	2.160.000
4	Pulpen Standard AE7 (12pcs)	14.900	2	29.800
5	*Bubble wrap* 50mx125cm	95.000	6	570.000
6	Kertas HVS A4 70g Paper One	38.000	6	228.000
7	Isi Staples Joyko No.10-1M	1.500	12	18.000
8	Sabun cuci tangan *Lifebuoy*	30.600	6	183.600
9	Wipol *classic pine* 800ml	11.500	12	138.000
10	Stella *matic refill* 225ml	27.000	12	324.000
11	Tissue *Nice* 1000gr	23.000	12	276.000
12	Sapu Ijuk *Dragon*	20.000	2	40.000
13	Alat Pel (*Super Mop BOLDIE Deluxe*)	187.900	1	187.900
14	Isi ulang air galon	15.000	48	720.000
Total				4.183.400

Sumber: *tokopedia*

H. Kebutuhan Dasar

Kebutuhan dasar merupakan kebutuhan utama yang wajib dipenuhi, apabila tidak dipenuhi maka akan mengganggu sistem operasional. Berikut adalah kebutuhan dasar yang diperlukan *Kiyonae Pocket Perfume*.

Tabel 2.5

Daftar Kebutuhan Dasar

Kiyonae Pocket Perfume

No	Nama Barang	Jumlah unit	Harga	Total
1	Isi Parfum	1.000	5.000	5.000.000
2	Botol Parfum	1.000	5.000	5.000.000
3	*Packaging* (*box*)	1.000	12.500	12.500.000
4	Stiker botol parfum	1.000	700	700.000
Total			**23.200**	23.200.000

Sumber: *Kiyonae Pocket Perfume*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS